

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Tujuan utama berdirinya suatu perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Dengan memaksimalkan nilai perusahaan akan menarik minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Menurut Harmono (2014:233), nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Loh dan Melliana (2018) menyatakan bahwa nilai perusahaan menunjukkan seberapa tinggi tingkat keberhasilan suatu perusahaan, sehingga dapat menjadi gambaran investor untuk melakukan investasi. Nilai perusahaan yang tinggi mendorong pasar ataupun investor untuk percaya terhadap kinerja perusahaan saat ini dan di masa yang akan datang. Jika harga saham meningkat maka tingkat pengembalian kepada investor juga meningkat. Hal ini secara tidak langsung juga akan meningkatkan nilai perusahaan.

Ketika investor akan menginvestasikan dananya pada suatu perusahaan maka harus terlebih dahulu melihat dan menganalisis kondisi perusahaan tersebut, agar dapat diketahui apakah investasi yang dilakukan akan mendapatkan keuntungan seperti yang diharapkan atau tidak. Nilai perusahaan merupakan ukuran

yang sering digunakan investor sebagai pengukuran bagi pasar untuk menilai perusahaan secara menyeluruh.

Dikutip dari <https://katadata.co.id/berita> pada tanggal 30 April 2019 Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) naik 29,46 poin atau 0,46% pada penutupan perdagangan saham di Bursa Efek Indonesia. Penguatan IHSG ditopang oleh investor asing yang membukukan pembelian bersih (net buy) saham di pasar regular Rp 317,37 miliar. Penguatan IHSG terutama didorong oleh kinerja positif saham-saham dari sektor konsumen yang mengalami kenaikan 1,5%, kemudian sektor manufaktur dengan kenaikan 1,2%, pertanian naik 0,87%, aneka industri naik 0,45%, perdagangan 1,1%, serta industri dasar naik 1%. Saham-saham konsumen yang paling signifikan mendorong laju IHSG diantaranya PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) naik 4,57%, PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) melejit 8,17%, PT. Unilever Indonesia Tbk (UNVR) naik 1,11% serta PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk (AMRT) naik 12,64%. Hal ini menunjukkan bahwa sektor manufaktur menjadi daya tarik tersendiri bagi investor untuk menanamkan modalnya dilihat dari fenomena menguatnya IHSG yang ditopang sektor manufaktur. Harga saham akan berdampak pada nilai perusahaan, apabila harga saham meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Karena nilai perusahaan tercermin dari harga sahamnya.

Salah satu ukuran yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah *Price to Book Value*. *Price to Book Value* (PBV) merupakan perbandingan dari harga suatu saham dengan nilai bukunya. Bila suatu perusahaan mempunyai nilai *Price Book Value* > 1 maka harga saham perusahaan tersebut dinilai lebih

tinggi dari nilai bukunya, yang menggambarkan kinerja perusahaan tersebut semakin baik di mata investor. Semakin tinggi nilai PBV, maka nilai perusahaan juga akan meningkat.

Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terdiri dari beberapa sektor, yaitu sektor industri dasar & kimia, aneka industri, dan industri barang konsumsi. Berdasarkan data dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) pada tahun 2014-2015 nilai PBV sektor industri dasar & kimia mengalami kenaikan dari 0,6 menjadi 2,01. Selain sektor industri dasar & kimia, sektor aneka industri juga mengalami kenaikan sebesar 0,11, sedangkan sektor industri barang konsumsi justru mengalami penurunan dari 5,38 menjadi 2,22. Pada tahun 2016, PBV perusahaan manufaktur mengalami kenaikan untuk semua sektor. Kemudian di tahun 2017 sektor industri dasar & kimia mengalami penurunan nilai PBV sebesar 4,11. Selain itu, sektor industri barang konsumsi juga mengalami penurunan sebesar 0,22, sedangkan sektor aneka industri justru mengalami kenaikan yaitu 1,24 menjadi 1,47. Nilai *Price to Book Ratio* mengalami perubahan setiap tahunnya disebabkan oleh faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan antara lain *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan kebijakan dividen pada perusahaan tersebut.

Berdasarkan *signaling theory* yang dikemukakan pertama kali oleh Spence pada tahun 1973, yang mengemukakan bagaimana sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Teori sinyal menyatakan bahwa pihak internal perusahaan yang memiliki sebuah informasi yang lebih baik tentang perusahaannya akan terdorong untuk mengungkapkan informasi tersebut

kepada calon investor dimana perusahaan dapat menaikkan nilai perusahaan melalui laporan tahunannya.

*Leverage* merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya, baik jangka pendek maupun panjang apabila perusahaan dilikuidasi. Rasio ini mengukur seberapa jauh dana disediakan oleh kreditur (Mamduh dan Abdul, 2016:79). Semakin rendah rasio leverage maka akan memberikan sinyal positif bagi investor untuk menanamkan modalnya, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Asna dan Rita (2018) menemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian Odum dkk (2019), Dwi (2017) dan Anton (2016) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat diukur menggunakan total aset, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Berdasarkan teori sinyal, perusahaan yang mempunyai total aset yang tinggi akan memberikan sinyal positif bagi investor. Penelitian yang dilakukan oleh Lusiana dkk (2019), Muhammad (2018), Asna dan Rita (2018) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian Odum dkk (2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Andika dan Deannes (2019) berpendapat bahwa pertumbuhan penjualan mencerminkan kinerja pemasaran suatu perusahaan dan kemampuan daya saing perusahaan dalam pasar. Perusahaan dengan nilai pertumbuhan penjualan yang tinggi akan meningkatkan keuntungan perusahaan, sehingga investor tertarik untuk

menanamkan modalnya. Penelitian yang dilakukan oleh Andika dan Deannes (2019) dan Lusiana dkk (2019) menemukan bahwa tidak ada pengaruh antara pertumbuhan penjualan dan nilai perusahaan, sedangkan penelitian Muhammad (2018), dan Rehman (2016) menemukan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah kebijakan dividen. Kebijakan dividen merupakan penentuan porsi keuntungan yang akan dibagikan kepada pemegang saham atau akan ditahan dan diinvestasikan kembali oleh perusahaan. Kebijakan pembagian dividen akan memberikan sinyal positif bagi investor untuk menanamkan modalnya, sehingga akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Asna dan Rita (2018) dan Anton (2016) menemukan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan Rehman (2016) menemukan bahwa tidak ada pengaruh antara kebijakan dividen dengan nilai perusahaan.

Penelitian ini penting dilakukan karena masih terdapat *research gap* dari hasil penelitian terdahulu disebabkan karena perbedaan sifat variabel independen, sampel penelitian, dan periode penelitian. Nilai perusahaan disini menarik untuk dijadikan topik penelitian karena nilai perusahaan sangat penting untuk mencerminkan kinerja perusahaan yang nantinya akan mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia karena perusahaan manufaktur merupakan salah satu perusahaan yang menjadi tumpuan perekonomian di Indonesia. Selain itu, perusahaan manufaktur mempunyai skala

produksi yang besar sehingga investor tertarik untuk menanamkan modalnya karena dengan skala produksi yang besar, dinilai akan menghasilkan keuntungan yang besar pula. Periode tahun yang digunakan dalam penelitian ini adalah tahun 2014-2018, karena data lebih *up to date* dan diharapkan mampu mencerminkan keadaan perusahaan terkini.

Berdasarkan fenomena dan perbedaan hasil dari beberapa penelitian terdahulu menjadikan alasan pentingnya penelitian ini dilakukan, sehingga peneliti mengambil judul **“PENGARUH *LEVERAGE*, UKURAN PERUSAHAAN, PERTUMBUHAN PENJUALAN, DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR”**. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan membuktikan pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018.

## 1.2 **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

### 1.3 **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menguji pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menguji pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menguji pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.

### 1.4 **Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian yang diperoleh, diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

#### **a. Manfaat Teoretis**

Manfaat teoretis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi perkembangan ilmu untuk menambah wawasan tentang faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan seperti *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan kebijakan dividen.

#### **b. Manfaat Praktis**

Manfaat praktisnya diharapkan dapat memberikan manfaat secara langsung maupun tidak langsung bagi berbagai pihak, antara lain:

##### **1. Manfaat bagi Investor**

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh investor untuk mencari informasi jika akan melakukan penanaman modal/saham pada perusahaan tersebut sehingga nantinya dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

## 2. Manfaat bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan perusahaan untuk mengambil keputusan yang lebih tepat sehingga nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan.

## 3. Manfaat bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan oleh peneliti untuk menyempurnakan penelitian sebelumnya dan bagi peneliti selanjutnya bisa dijadikan sumber referensi untuk penelitian dengan topik yang sama.

### 1.5 **Sistematika Penulisan Skripsi**

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan ringkasan dari keseluruhan isi penelitian dan gambaran permasalahan apa saja yang ingin dibahas dalam penelitian ini. Bagian ini terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini diuraikan mengenai penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini diuraikan mengenai prosedur atau cara tahapan penelitian dengan menggunakan langkah-langkah sistematis. Isi dari bab ini meliputi rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi



variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

#### BAB IV : GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menjelaskan gambaran subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, analisis data dari setiap variabel, dan terdapat pembahasan dari analisis yang telah dilakukan.

#### BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil keseluruhan penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan yang ada dalam penelitian dan saran-saran perbaikan yang diharapkan dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.